

UNIVERSIDAD MILITAR

NUEVA GRANADA



**LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN EN LA ENSEÑANZA DEL
TURISMO: UNA APUESTA A LAS CIBERCOMPETENCIAS Y AL ACERCAMIENTO DEL
ESTUDIANTE CON EL MUNDO.**

:

César Augusto Oliveros Ocampo

ENSAYO ARGUMENTATIVO

Director: Doctor Jorge Vargas

UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA

FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN

BOGOTÁ

2013

Las tecnologías de la información y la comunicación en la Enseñanza del turismo: Una apuesta a las cibercompetencias y al acercamiento del estudiante con el mundo.

CÉSAR AUGUSTO OLIVEROS OCAMPO¹

RESUMEN:

Se construye la definición de cibercompetencias mediante los diferentes aportes dados por los autores citados, al mismo tiempo se identifica la importancia para la formación profesional y laboral, se pretende validar el uso de las TIC para la formación de las mismas, también se establece la diferencia entre las TIC en la enseñanza del turismo y las TIC como competencias profesionales aprendidas en la universidad como parte del plan analítico planteado por las instituciones educativas. La creación de cibercompetencias en los estudiantes están inmersas en la utilización de la TIC como herramientas pedagógicas, es deber de los docentes identificarlas y profundizar más sobre estas, pues el mercado laboral del turismo, está exigiendo cada día más profesionales competitivos, idóneos versátiles, que tenga la capacidad de asimilar los cambios tecnológicos y en la implementación de esas tecnologías para el uso en las organizaciones

Palabras Claves: Aplicativos móviles en el turismo, Cibercompetencias, TIC, TIC y Turismo.

The information technology and communication in the teaching of tourism: A bet on the e-skills and the student's approach to the world.

ABSTRACT:

The e-skills definition is building by many the different contributions given by the authors cited, while identifying the importance of vocational training and employment, is to validate the use of TIC for forming the same, also distinguishes between TIC in teaching and TIC as tourism and skills learned in college as part of the analytical raised by educational institutions. The creation of e-skills in students are immersed in the use of TIC as a pedagogical tool, it is the duty of teachers identify and deeper on these, as the tourism labor market is demanding increasingly competitive professionals, ideal versatile, which have the ability to assimilate technological change and the implementation of those technologies for use in organizations.

Keywords:

Mobile applications in tourism, e-skills, TIC, TIC and tourism.

¹Administrador de Empresas, Candidato a Magister Desarrollo Sustentable y Gestión Ambiental, C.C9922647, Cód.1500903, caito75@gmail.com, website: <https://sites.google.com/site/cesaraugustooliverosocampo/>, blogger: <http://cesaroliverosocampo.blogspot.com/>

Las tecnologías de la información y la comunicación en la Enseñanza del turismo: Una apuesta a las cibercompetencias y al acercamiento del estudiante con el mundo.

La mayoría de los autores cuando hacen mención a la tecnología utilizada en los procesos de enseñanza-aprendizaje se refieren a las competencias que deben adquirir los profesionales como parte de la temática turística, o a las exigencias del mercado laboral en las mismas, pero no profundizan sobre la importancia de las TIC en la enseñanza del turismo, ni los docentes asumen el desafío de las tecnologías para la enseñanza (Boix García, 2010), es así; por ejemplo, que los sistemas de información geográfica, los sistemas de distribución global y los sistemas de información hotelera son algunas de las herramientas tecnológicas que a simple vista un profesional en turismo debe aprender y desarrollar destrezas de manejo operativo.

Al mismo tiempo los constantes cambios en el mercado turístico, las tendencias tecnológicas del mismo, las exigencias y evolución del viajero (Chamorro, 2008), obligan a las instituciones educativas a direccionar y replantear sus estrategias de enseñanza para la formación de estudiantes ciber-competentes, especialmente en los programas cuyo plan analítico este estructurado con temáticas turísticas; teniendo en cuenta dos posturas implícitas en la formación; la primera, las tic en la enseñanza del turismo y la segunda, la tecnología como una competencia profesional y laboral del profesional en turismo, la primera postura inmersa en la segunda.

A pesar que estas dos posturas tiene una marcada relación directa, no se pueden confundir entre sí, pues cada una de ellas cumple una función distinta pero inseparables, es por esta razón que este documento muestra la función y complejidad de cada una de ellas, igualmente se hace una ilustración de la importancia de incorporar TIC en el proceso de aprendizaje como herramienta pedagógica en el proceso formativo y en el fortalecimiento de competencias para la vida laboral.

Por otro lado, y teniendo en cuenta que el turismo es un fenómeno social globalizado (De la Torre Padilla, 1980) exige formar estudiantes globalizados en un medio con recursos limitados, las aulas de clase, los docentes tradicionales y los diferentes enfoques planteados en este proceso formativo no son suficientes para formar profesionales ciber-competentes.

El mercado laboral del sector turístico en el mundo está demandando profesionales integrales, que tengan la capacidad no solo de tener conocimientos en los sistemas operativos propios del programa, sino que también tenga una participación activa en los cambios introducidos por las tic en las prácticas empresariales (Carnoy, 2004), siendo estas tic estructurales a la hora de generar cambios radicales en el modo operativo de las mismas, los operadores turísticos o las empresas pertenecientes al sector (agencias de viajes, mayoristas, tour operadores, aerolíneas, cadenas hoteleras, gestores, etcétera.) de la pequeña, mediana y gran empresa en su gran mayoría están entrando al mercado cibernético (Pérez, Cornejo, & Llamas, 2011) e implementando tecnología de punta como respuesta a un mercado cambiante y exigente, requiriendo así, profesionales con una formación académica articulada con las necesidades del mercado global (Sancho & Buhalis, 1998), una formación profesional con valor agregado tecnológico, una formación tecnológicamente en la cual no impere el conformismo y la simplicidad.

Es así como la academia está llamada a dinamizar los usos de las TIC en los planes de estudio, para adaptarse a nuevas necesidades laborales donde el uso de las mismas es fundamental y se convierta, de esta manera en un instrumento metodológico para la enseñanza de algunos espacios académicos (Valdés, 2009)

Estas debilidades que están reflejadas a gran escala en el proceso formativo del profesional, y evidenciado en las respuestas del blog participativo de los estudiantes de primer semestre de Administración turística de la Fundación Universitaria Los Libertadores² y los estudiantes de los programas de Gestión de Aerolíneas y Agencias de Viajes y Administración turística y hotelera de la Corporación Universitaria Unitec³ en el blog:

² 40 Estudiantes primer semestre, espacio académico: Fundamentación Turística.

³ 29 Estudiantes Ciclo preparatorio opción de grado (CPG): Marketing online en Turismo.

(<http://cesaroliverosocampo.blogspot.com/2012/08/tic-en-la-ensenanza-del-turismo-lo.html>), propuesto por el docente. Es de resaltar que el ejercicio se realizó con los

estudiantes de la jornada nocturna, lo que valida aun más la prueba, pues este grupo de estudiantes en su gran mayoría ya tiene una vida laboral activa.

El ejercicio académico permitió indagar la postura de los estudiantes sobre las TIC en la enseñanza del turismo y las evidencias muestran que los estudiantes del sector, tanto del primer semestre de La Universidad de los Libertadores, como los estudiantes de último semestre de tecnológico de Unitec, percibe la carencia de formación en herramientas tecnológicas diferentes a las exigidas por los programas académicos de estas instituciones y son conscientes de la repercusión de esta en su vida profesional.

También se evidenció en las opiniones que la mayoría de los estudiantes están de acuerdo que los avances tecnológicos arrastran al sector turístico de manera rápida e improporcional a las capacidades de los mismos para mantener un desempeño óptimo y acorde a las necesidades del mercado, lo que reafirma una vez, la necesidad de incorporar las TIC en estos procesos de enseñanza.

Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto y las evidencias recopiladas de los estudiantes, se conduce al planteamiento de un gran interrogante: ¿Están los profesionales del turismo formados con las competencias tecnológicas adecuadas y suficientes que les permita asumir los retos de las tecnologías aplicadas en las organizaciones del sector las cuales están inherentes a los procesos evolutivos de los nuevos mercados turísticos?

Interpretando los nuevos mercados turísticos descritos por Sancho y Buhalis (1998-p372) que textualmente dice:

...La nueva era del turismo (Net): se caracteriza fundamentalmente por una mayor competencia entre las empresas y destinos turísticos en un mercado altamente saturado por la aparición de una demanda más experimentada y madura, mucho más informada, con nuevas y diferentes motivaciones y exigencias y, además, por el surgimiento de nuevas

tecnologías que inciden directamente en el comportamiento de la oferta y la demanda. En este contexto, la oferta turística estandarizada a bajos precios ya no es la estrategia óptima para la obtención de la rentabilidad a largo plazo. La creciente sofisticación de los consumidores requiere de nuevos sistemas de gestión que respondan, a través de una mayor flexibilidad y segmentación, a los diferentes deseos y necesidades de los viajeros... (Sancho & Buhalis, 1998)

Esta nueva era del turismo que comenzó hace más de una década sufre de una tecnología envolvente que obliga a las empresas a contratar mano de obra calificada para superar los ciclos evolutivos e iniciar un periodo de inserción; primero, al negocio electrónico y segundo a la competitividad en destinos nacionales e internacionales.

Podemos, entonces desde un punto crítico, analizar la demanda experimentada y madura, anteriormente mencionada, como viajeros que ya poseen un conocimiento especializado sobre los destinos a ¿dónde quiere llegar? ¿Qué hacer? ¿Cómo hacerlo? y ¿Cuándo hacerlo?, seguramente gracias a las herramientas tecnológicas, aplicativos móviles y a la web 2.0, es decir las TIC como sistema de información en tiempo real e inmediato, que actúan como autoservicios virtuales del turismo, el viajero elige lo que desea.

Por otro lado y en una menor proporción también se debe a la experticia del mismo viajero, la cual es aceptable, en este orden de ideas se puede afirmar que actualmente el turista tiene más conocimiento que los mismos profesionales sobre las temáticas pertinentes a la actividad turística, lo cual no siempre debe aceptar esta supremacía en conocimiento turístico, ni permitir que siempre sea el viajero el que guíe el proceso de asesoramiento del mismo, las TIC están ahí, en el ciberespacio, es cuestión de saber cuáles, cuando y donde utilizarlas, los profesionales del sector no pueden permitir un desplazamiento tecnológico, sino por el contrario, hacer de la tecnología un aliado estratégico y recíproco en términos de información y manejo de los mismos.

Con respecto al surgimiento de nuevas tecnologías que inciden directamente en el comportamiento de la oferta y demanda, se puede inferir, a la forma de realizar

transacciones comerciales e intercambio de la información, bien sea desde el negocio electrónico para la compra y venta de servicios y productos turísticos o desde la web 2.0 (blogger, facebook, twitter entre otros) utilizada por los turistas para difundir sus experiencias con el resto de viajeros interesados en el mismo destino, información que los profesionales del turismo deben canalizar y centrar en un manejo pertinente, si pretenden hacer de la tecnología un medio competitivo de posicionamiento.

Así mismo cuando se hace mención que la sofisticación de los consumidores requieren nuevos sistemas de gestión que respondan a las exigencias de sus deseos, se refiere a la innovación en tecnologías del mercado, para satisfacer un turista de la nueva era, lo cual se puede lograr con preparación competente de los profesionales en turismo , sistemas de gestión que van desde el procesos de planificación turística hasta la comercialización del producto , este último mimetizado en el marketing online turístico, sería muy ambicioso pensar en herramientas tecnológicas creadas por profesionales del sector para el sector y no en la adaptación del profesional a las herramientas creadas por el medio tecnológico.

Las transformaciones que las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC), han y están introduciendo en los procesos de enseñanza-aprendizaje nuevos escenarios que incitan y condicionan a las instituciones a revisar sus procesos y propuestas formativas académicas (Duart & Lupiáñez, 2005) para permitir que la formación de profesionales ciber-competentes, esté de acuerdo a las exigencias del mercado laboral, esto es una necesidad social y de mercado que las universidades como elemento estructurante de la sociedad y la economía debe considerar. Hay que mencionar, además la habilidad de manejo que impera en el dominio de las tecnologías incluyendo las tecnologías móviles por parte de los estudiantes generacionales que asisten a la academia, factor que le regala al proceso una ventaja vinculatoria e incluyente.

Necesariamente la relación académica docente-tecnología-estudiante, necesitan un espacio adicional al que físicamente conocemos como aula de clase, necesita del ciberespacio que permite el intercambio de información, ideas e interacción entre sí, que epistemológicamente define Benedikt (2008) como el “espacio electrónico de datos y

representaciones generados, organizados y presentados consistentemente con todas las vistas conectadas a un conjunto de red global de computadoras... es solamente el nombre dado a información espacio temporalizada de una forma específica”, en consonancia con lo anterior este orden de datos y representaciones en un espacio electrónico permite a los estudiantes un acceso inmediato a la información y en tiempo real, a la realización de investigaciones con presupuestos escasos, con respuestas más rápidas y confiables de lo convencional.

Adicionalmente, esta relación simbiótica debe estar articulada con la ciber-cultura, la cual absorbe simultáneamente el comportamiento tradicional del estudiante para convertirlo en individuo de la nueva era; entendiendo por ciber-cultura como el conjunto de técnicas materiales e intelectuales, de las prácticas, de las actitudes, de los modos de pensamiento y de los valores que se desarrollan conjuntamente en el crecimiento del ciber-espacio” (Lévy, 2007), es decir; a la utilización de herramientas interactivas que involucren al alumno activamente con las últimas propuestas tecnológicas, a simuladores en procesos industriales, comerciales, gerenciales y turísticos que aporten al estudiante destreza en la solución de conflictos y toma de decisiones, a una transportación virtual que permita centrar en un solo lugar todos esos sitios de interés cultural, histórico, antropológico, arqueológico geomorfológico y comerciales, a la identificación de atractivos y productos turísticos existente en el medio especialmente aquellos espacios naturales que por cuestiones de distancia y acceso sean desconocidos por el planificador turístico, a los aplicativos que obligatoriamente el turista de la nueva era exige o debe saber sobre la existencia de ellos como punto de apoyo al servicio prestado, ejemplos: traslate App, google maps, tripadvisor, lens Word, de los cuales profundizaremos más adelante y por último a los diferentes destinos turísticos y al contacto con empresas del sector turístico en todo el mundo que garanticen una participación en un mercado globalizado.

Todas estas situaciones provocan en los estudiantes un cambio de cultura, como anteriormente se mencionó, primero; porque la actual labor de profesional en turismo, es una tarea convencional, encasillada en unas ciber-competencias limitadas, restringidas y desactualizadas, una herramienta propuesta por los currículos tradicionales (GDS;

Amadeus, Sabre, wordspan, galileo Zeus etc.), pues sería lo mínimo que se puede esperar de los programas en el área del turismo, segundo; porque el actual mercado y la tendencia del mismo obliga la utilización de tecnologías diferentes a las convencionales, de otras, que en cierta forma no están diseñadas para la actividad turística, pero que fueron adaptadas con excelentes resultados de hecho es el común denominador de las herramientas tecnológicas.

Cuando Levy hace mención al modo de pensamientos y a los valores que se desarrollan conjuntamente en el crecimiento del ciber-espacio, necesariamente hay un despliegue de ciber-competencias, pues para cambiar un modo de pensar o exponer un pensamiento se hace necesario tener la capacidad de transformar una idea en una acción o mejor aun en la construcción de valores o perfeccionamiento de los ya existentes.

Retomado esa conectividad, de la red global en un espacio temporalizado se generan lo que se ha cualificado en este documento como las ciber-competencias; ciber (raíz cibernética) llamada Kybernetika (Cibernética) por Wiener a la ciencia de las máquinas que interpretan y transmiten órdenes: Cybernetics or Control and Communication in the Animal and the Machine (control y comunicación en el animal y la máquina) Así, tenemos, de momento, una idea sobre el doble objeto de la cibernética: el descubrimiento de máquinas intermediarias cada vez más perfectas y el descubrimiento de lo que en el hombre probablemente es maquinal porque es intermediario (David & Marfull, 1966), es decir, un sistema que necesita la intervención del ser humano, una intermediación inicial en el sistema, una etapa de alimentación de la información para que pueda estar disponible en un espacio y tiempo cualquiera y una intervención al final, comprendida como la regurgitación de la información.

Las máquinas tecnológicas no puede actuar, generar e interpretar información, procesar simulaciones, por si solas, de la nada, siempre van requerir una intervención humana en cualquier etapa del proceso.

Por otro lado, para complementar la definición propuesta sobre ciber-competencia, es necesario referir el término competencia como los procesos complejos

de desempeño con idoneidad en un determinado contexto, con responsabilidad (Tobón, 2006a) el autor ilustra esta definición desde las cinco dimensiones inmersas en el concepto, procesos, complejidad, idoneidad, contexto y responsabilidad centrados en el alumno como aquel ser que debe percibir, y acoplarlos a su interés profesional a su criterio para el empleo, del mismo modo la docencia debe formar para la construcción del proyecto de vida del estudiante, como lo afirma Tobón (2006)

...”pues con la paulatina emergencia de la Sociedad del Conocimiento, lo más importante no es tener conocimientos sino saberlos buscar, procesar, analizar y aplicar con idoneidad”... que formen profesionales idóneos, de tal manera que esto les permita competir con otras empresas nacionales e internacionales para mantenerse y crecer. En síntesis, el auge de las competencias en la educación se corresponde con una mayor implicación de la sociedad en la educación, la cultura de la calidad, la globalización y la competitividad empresarial”...

El surgimiento de la necesidad de la sociedad en adquirir conocimiento para la realización de su proyecto para la vida, la está impulsando al ejercicio de preocuparse más en comprender y analizar su entorno y lo que en él ocurre, que en recibir información y conocimiento de una forma pasiva, conformista y disciplinar, pues se debe tener presente el continuo cambio del entorno y con él las estructuras organizacionales y las formas de empleo (Tobón, 2006b)

En otras palabras la formación de competencias en el individuo esta llamada a la articulación con la competitividad empresarial y la globalización de manera holística e integradora, una educación para la vida y la sociedad, y una incidencia de la sociedad en la educación que plantee nuevos paradigmas y desafíos para el siglo XXI.

En consecuencia, se puede definir ciber-competencias, como aquellas acciones con un fin determinado, multidimensional, holístico que ayuden a la resolución de conflicto en la realidad, con pertinencia y apropiación del área específica del conocimiento, mediante la

utilización de las máquinas que interpretan, almacenan y transmiten información, con una intervención inicial y final del individuo implicado.

Pero para lograr la formación en ciber-competencias, paralelas al proceso regular de aprendizaje-enseñanza del área específica del conocimiento, en los futuros profesionales en Administración y Gestión Turística y Hotelera, es importante comprender y profundizar dos tópicos que inciden directamente en el proceso, dos tópicos que deberían estar implícitos durante todo el proceso formativo universitario de forma transversal inter y transdisciplinario, pues ese proceso formativo es integrador de todas las áreas, para lo cual es necesaria una participación activa no solo de los docentes, sino también de la institución como eje articulante de ese proceso.

1. Inclusión de las TIC en el proceso de enseñanza:

Es en la década de los setenta cuando por primera vez se incluye la utilización de los ordenadores con fines educativos y cuyos esfuerzos se encaminaron en la búsqueda de la eficiencia en la implementación de los mismos en el proceso de enseñanza-aprendizaje (Vidal, 2006), es la iniciación de un sistema evolutivo arrastrado por los avances tecnológicos de la era moderna que cada día requiere más ciber-competencias causada por la innovación de las mismas y la necesidad de encontrar nuevas metodologías que optimicen los recursos educativos que superen las barreras geográficas, aumente la productividad y sea un sistema incluyente.

Las tecnologías de la información, es decir las herramientas tecnológicas utilizadas por los docentes para la enseñanza de un conocimiento específico, para lo cual necesariamente se deben tener en cuenta, el perfil y las características de los estudiantes a quienes se dirigen las distintas ofertas de formación y, en consecuencia, la propia naturaleza de dichas ofertas (Sigalés, 2004).

Es conveniente subrayar los cuatro aportes que hacen las tecnologías de la información y de la comunicación a ese conocimiento específico, derivado de una metodología apropiada en la implementación de las TIC expuestos por (Marqués Graells, 2001):

- a) **En acceso a todo tipo de información, todo tipo de proceso de datos, y de manera rápida y fiable:** El tener acceso a la información de manera permanente y en tiempo real, sin importar el lugar y espacio, fortalece y motiva en el alumno la curiosidad por conocer y saber más sobre el ambiente que lo rodea, o simplemente por estar a la moda o ser aceptado en una comunidad o a una red social, no obstante la fiabilidad de la información que expresa el autor, no es del todo aceptable y menos cuando se accede a ella en internet sin la utilización de filtros que comprueben la veracidad de la misma.
- b) **Canales de comunicación inmediata:** con respecto a los canales de comunicación se puede aseverar que este medio es fundamental para la transmisión de la información y del conocimiento en tiempos mínimos, el correo electrónico como gran aporte y medio más utilizado en las comunicaciones mundiales se deben utilizar para la comunicación elocuente en espacio extracurricular, cuando el proceso, los alumnos y el docente, a si lo permitan.
- c) **Sincrónica y asincrónica, para difundir información:** Los medios de comunicación interpersonal a través de Internet adoptan dos formas: sincrónica, en la que los usuarios a través de una red telemática coinciden en el tiempo y se comunican entre sí, mediante texto, audio y/o vídeo, es decir una comunicación simultanea con respuesta instantánea; y asincrónica donde los participantes utilizan el sistema de comunicación en tiempos diferentes (Berrocso, 2002). Cualquiera de las dos formas es aceptable en los proceso de aprendizaje-enseñanza, simplemente una difiera a la otra en los tiempos de respuestas.
- d) **Contactar cualquier persona, comunidad u organismo en el mundo:** derivado de los anteriores aportes de las TIC y en consecuencia a ello, permiten el contacto con personas de algún interés en particular, independiente de su geo-localización.

Estos cuatro elementos son fundamentales, o más bien, son el inicio de la construcción del escenario necesario para el fortalecimiento de las ciber-competencias, pues son el eje estructurantes para la articulación de esa relación docente-tecnología-estudiante, los tres están implícitos en los elementos, claro está que predominan unos sobre otros.

Indudablemente también se hace indispensable tener en cuenta las características que mencionan Manuel Fandos y José Jimenez (2002) en su documento “Estrategias didácticas en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación”, que contribuyen a que un entorno que funciona en multimedia sea efectivo para el aprendizaje, en este documento los autores hacen referencia a la importancia de una participación activa de los estudiantes en este proceso de aprendizaje utilizando herramienta tecnológicas y de comunicación, adicionalmente a la capacidad y disposición que debe tener el alumno para realizar auto aprendizaje o aprendizaje auto dirigido, a la capacidad de realizar solución de conflicto y toma de decisiones, a la auto motivación, realización permanente de feedback y que además cuenten con un acceso rápido y eficaz a las herramientas necesarias para el desarrollo del proceso (Fandos Garrido, Jiménez González, & González Soto, 2002).

No obstante, en estos procesos formadores de ciber-competencias, se pueden identificar algunos ruidos contaminantes, entorpecedores, como; las distracciones tecnológicas que motivan a los estudiantes a desviar su atención y realizar actividades diferentes a las establecidas en los objetivos micro-curriculares o temáticas de clase, el esparcimiento, dado por la interactividad de algunos aplicativos y gadgets que requieren de un tiempo considerado para su comprensión y manejo y la cantidad de información almacenada y publicada en internet ocasionando confusiones, y desordenes estructurales en los fines propios perseguido, estos ruidos desalinean al estudiante de los objetivos propuestos, requiriendo un mayor desgaste físico, intelectual, mental y metodológico tanto en el docente como en el estudiante para canalizar el trabajo con las tecnologías de la información y de la tecnología.

2. Las TIC como ciber-competencias profesionales implícitas y aprendidas en la universidad

Para continuar, es necesario entender, ese hilo imaginario del límite, lo que difiere entre las TIC como competencia profesional enseñada y aprendidas en la universidad que forman parte esencial del conocimiento específico, del currículo universitario de la asignatura o del programa académico, ejemplo: Los sistemas de distribución global (GDS) impartidos en los programas de Turismo, y las TIC utilizadas como herramienta metodológica o didáctica en el proceso de enseñanza-aprendizaje que potencialmente son susceptibles de convertirse en ciber-competencias profesionales, ejemplo: El manejo práctico de las sucursales virtuales de agencias de viajes (Agencias de viajes online), es una herramienta que el docente puede utilizar para ilustrar al alumno sobre la operatividad y funcionalidad de una agencia de viajes (muy seguramente el estudiante que utilice esta herramienta tecnológica tendrá mejores posibilidades laborales, que aquellos que no tengan noción del tema), para lo cual es sumamente importante que el docente articule el ejercicio con el entorno real del mercado.

A pesar que ambos complementos tecnológicos, las TIC en la enseñanza del Turismo y Las TIC como competencias laborales del profesional en turismo, trabajan con un mismo propósito formativo, formación de ciber-competencias, difieren en la forma y el propósito de utilización en la enseñanza (por supuesto cuando las TIC son implementadas para la misma), la primera es utilizada como herramienta para transmitir o propiciar la creación de conocimiento, incentivar la investigación, simular procesos, eliminar barreras geográficas, motivar la creatividad y la innovación y la segunda son enseñadas al estudiante, pues estas forman parte del currículo propuesto por los programas académicos en las instituciones educativas.

Son muchos los autores que exponen, explican y profundizan sobre las TIC utilizadas en los procesos de aprendizaje (Adell Segura, 1997), (Martínez & Prendes, 2004), (Salinas, 2004), (Onrubia, 2005), entre otros. Pero la gran mayoría se centran en el proceso y se preocupan más por entrar al círculo tecnológico sin tener claridad sobre el alcance del mismo, que no perciben que a partir de ese ejercicio tecnológico, planificado y estructurado, el estudiante puede generar ciber-competencias para su vida profesional.

LAS TIC EN LA ENSEÑANZA DEL TURISMO:

La evolución del comercio turístico aéreo desde la década de los 60 cuando surgen los GDS (Global Distribution System), como solución a una necesidad global para la organización, estructura y cubrimiento del mercado aéreo (Acerenza, 2000), American Airlines crea SABRE como primer GDS, facilitando las operaciones aéreas de la misma, que épocas más adelante se expandiera por todo el territorio norteamericano, años más tarde en 1983 algunas líneas aéreas europeas en sinergia crean el GDS Amadeus que prestaría servicios inicialmente en Europa, solo hasta la década de los noventa los GDS, tanto SABRE como Amadeus llegan a Colombia y son estos primeros avances tecnológicos los que permitieron de manera rápida la globalización de las operaciones aéreas y del mercado turístico (Villiers, 2008), el acceso a la información en tiempo real y el ingreso al inventario hotelero en todo el mundo se convertirían años más tarde en las principales ciber-competencias adoptadas por los estudiantes de cualquiera de los programas de formación turística.

Por su puesto, es inevitable pensar en las tecnologías de la información y de la comunicación en los procesos de enseñanza universitaria, más aun cuando ciertos programas académicos requieren una formación especializada en TIC (de la Serna & Rojas, 2003) . El Turismo ha sido por muchos años una actividad económica principal en las economías de algunos países y para Colombia no es la excepción, si se tiene en cuenta que el primer trimestre del año alcanzó un total de 5'667.000 pasajeros nacionales e internacionales frente al mismo lapso del año anterior, cuando fueron 5'047.000; es decir, 12,3% más (620.000 personas movilizadas). De los 5'667.000 pasajeros movilizados, 3'822.000 fueron en vuelos nacionales y 1'845.000 en internacionales. En igual período del 2011, el tráfico aéreo nacional fue de 3'414.000 y el internacional de 1'663.000 (Anato, 2011) Los esfuerzos del estado por recuperar, mejorar y proponer nuevas alternativas para propios y extranjeros, como una estrategia de política pública (DPN, 2010) , apunta a la profesionalización del sector (República de Colombia, 2012), como estrategia para el mejoramiento de la actividad en la prestación de los servicios turísticos, planificación,

gestión y promoción de los mismos en el país, por lo cual ha generado una sinergia colaborativa con las instituciones educativas privadas y públicas.

Por otro lado, una preparación competente en turismo requiere una formación integral y global que muestre los avances y resultados de investigaciones realizadas y aplicadas en los diferentes atractivos turísticos mundiales, casos de estudios exitosos en diferentes destinos turísticos, y que también muestren las tendencias tecnológicas del mercado turístico global, lo cual no debe ser una limitante en el proceso formativo del estudiante, para tal efecto, los docentes universitarios de programas académicos en turismo deben apoyarse en las herramientas tecnológicas (Pastor & Santaolalla, 2005) que eliminen las barreras espacio-temporales con los destinos y lugares turísticos mundiales.

Las tecnologías deben posibilitar ese acercamiento de los estudiantes con el mundo, generar vivencias cibernéticas en y con los atractivos turísticos; geomorfológicos, culturales, históricos y comerciales contemporáneos locales, regionales, nacionales e internacionales, con los elementos de la planta turística y las innovaciones que cada elemento de ella genere, es decir; que el estudiante pueda acceder desde su aula de clase a una visita al museo de Louvre en París (<http://www.louvre.fr/>) y al museo The State Hermitage en St. Petersburgo (www.hermitagemuseum.org) y pueda identificar las características más importantes en su estructura y función, que el estudiante puede realizar una visita virtual a la oferta de cruceros tales como: “The Oasis Of The Sea” ó “The Allure of The Sea”,

Estos contactos directos y permanentes de los alumnos con los componentes, atractivos turísticos y planta turística por medio de la tecnología, van a fortalecer la formación de ciber-competencias, afianzar sus conocimientos y a motivar su espíritu investigativo en temáticas ciber-turísticas.

Son muchas las opciones de herramientas tecnológicas que ofrece el mercado cibernético para la enseñanza del turismo y es labor del docente, independientemente del espacio académico que este a su cargo, además de generar una serie de lineamientos y criterios académicos que articulen su plan analítico o micro currículo, según sea el caso de la

institución educativa frente a las ciber-competencias, debe tener disposición y aceptación de las mismas para la dinámica del ejercicio (Hinojo Lucena, Martín, Francisco, & Aznar Díaz, 2002) y trazar como meta el cumplimiento de los objetivos propuestos para lograr el afianzamiento de las ciber-competencias en los estudiantes, a continuación se exponen algunos factores a tener en cuenta para esta articulación:

1. Análisis de las temáticas a trabajar:

Se hace necesario un estudio y análisis previo de la información y temática incluida en el plan analítico del espacio académico propuesto por la institución educativa, pues no todos los temas a tratar tienen aplicabilidad de tecnología, el docente debe hacer una planificación y priorización de ejes temático susceptibles de trabajar con TIC, al mismo tiempo debe tener en cuenta el impacto del mismo en el mercado laboral y profesional, es decir confirmar si esa herramienta tecnológica tiene validez en el sector turístico, no quiere decir esto que no pueda ser usada para tales fines, simplemente se recomienda implementar la que tenga mayor validez.

2. Aplicabilidad de TIC:

Antes que nada el docente tiene la responsabilidad de investigar en el ciber-espacio, que herramientas tecnológicas existen acorde a la temática previamente analizada, que funcionalidad y operabilidad tienen, que sean de libre acceso, rápido, fácil, oportuno y compatible con los ordenadores convencionales de la Universidad (Santos, Galán, Izquierdo, & del Olmo, 2010), todo esto con el fin de facilitar el proceso metodológico y didáctico del mismo, para evitar distracciones y distorsiones de los estudiantes en el proceso.

3. Disponibilidad de recursos informáticos:

A pesar que la aplicabilidad de las TIC en la enseñanza del turismo no requiere mayores exigencias de recursos tecnológicos se hace necesario que el docente conozca y sea consciente de los recursos con los que cuenta para utilización de las TIC, para lo cual debe considerar dos actores; el primero la institución educativa

como proveedora de recursos para el proceso de enseñanza (como mínimo requisito una sala de sistemas adaptadas con ordenadores e internet) y segundo los estudiantes, pues existen algunas herramientas y aplicativos móviles que se pueden trabajar directamente con cada individuo en aula de clase (por experiencia con los estudiantes, la mayoría de ellos poseen telefonía móvil de nueva tecnología), la función del docente debe ser activa tanto como utilizador de recursos como creador de los mismos (Valverde Berrocoso & Garrido Arroyo, 1999).

4. Ciber-competencias objetivo:

Desde el comienzo de la realización del micro-curriculum hay que establecer cuáles son las competencias cibernéticas que se pretenden formar o fortalecer en los estudiantes, pues tener claridad en ello se deriva el éxito de todo el trabajo secuencial con los estudiantes. Las cibercompetencias de calidad se generan con el establecimiento de unos objetivos claros, medibles y flexibles.

5. Metodología de Enseñanza:

La metodología de enseñanza no cambia pero si sufre una adaptación a la utilización de las tecnologías de la información y de la comunicación que apunta al mejoramiento de la enseñanza mediante el apoyo de las mismas (Mason, 1998), el docente debe asumir un rol de guía cooperante con los alumnos que facilite el uso de los recursos y TIC utilizados para explorar y generar destrezas que aporten al desarrollo de las ciber-competencias (Salinas, 2004).

6. Criterios de evaluación:

Los criterios de evaluación en las temáticas trabajadas deben estar estructurados sobre las ciber-competencias que se pretenden generar y fortalecer en el estudiante, es decir; modular temáticas-ciber-competencias-criterios de evaluación, aun si las TIC se trabajan inmersas en el proceso y no se le da la especificidad suficiente.

El perfil profesional define las competencias profesionales que permiten desempeñar adecuadamente sus funciones y el perfil ciudadano supone un “estar en

la sociedad” de una forma proactiva y comprometida con la mejora de la misma y el desarrollo personal propio y de los demás (Villardón Gallego, 2006), por esta razón es necesario tener clara desde un comienzo cuales son las ciber-competencias que se quieren alcanzar en los estudiantes y su validez con el mercado laboral, este es el punto de inicio para la creación de unos criterios pertinentes y de calidad.

TIC potenciales para la enseñanza en programas curriculares turísticos.

A continuación se ilustran y sugieren brevemente algunas de las herramientas tecnológicas recomendadas en la formación de cibercompetencias, para los futuros profesionales del sector turístico, se invitan a los docentes interesados en revisar internet otro tipos de herramientas, teniendo en cuenta que en este documentos solo se citan algunas ejemplos como cuestión de validar la concepción de cibercompetencias:

Agencias de Viajes Online:

Todos aquellos sitios web que funcionan como agencias de viajes en internet, son de libre acceso, fácil operabilidad, muestran casi todos los productos turísticos que existen en el mercado a nivel mundial, tienen información actualizada, variedad en la información, se promocionan destinos turísticos de moda, se puede analizar la tendencia del mercado, no son simuladores pues su inventario de productos y servicios es real, pero su aplicabilidad en la enseñanza es como simulador, ejemplos:

- www.aviatur.com, www.despegar.com, www.tiqueto.com, www.muchoviaje.com, www.atrapalo.com, www.tripadvisor.com. www.booking.com

Operadores turísticos y mayoristas:

Ilustran la operatividad de los circuitos turísticos, porciones terrestres, tures, excursiones, opcionales, cenas show, espectáculos en todo el mundo, sitios de interés, cultural entre otros, ejemplos:

www.giratur.net, www.allreps.com, www.viajessolybrisa.com, www.vivaviajando.com,
www.aviatur.com, www.operando.com.

Otros servicios:

Existen en el mercado online infinidad de productos y servicios, los cuales son herramientas prácticas para el futuro profesional en turismo: Transportes aéreo y terrestres: www.avianca.com, www.airfrance.com, www.amtrak.com, www.vivacolombia.com, www.greyhound.com, asistencias medicas internacionales: www.coris.com, www.assit-card.com, www.travel-ace.com, hoteles: www.casayunque.com, www.hotelesmarriot.com, guía del viajero: <http://www.worldtravelguide.net>, www.acomerafuera.com, www.groupon.com, atractivos turísticos: www.royalcareibbean-español.com, www.parquesnacionales.gov.co, www.providenciasespasion.com, entre tantas otras.

Aplicativos móviles:

Son aplicativos bajados a celulares en su gran mayoría de alta gama, como Smartphone. Iphone, Androide, Blackberry, son aplicativos gratis al público su característica principal es que prestan un beneficio directo al turista y al viajero como acompañantes permanente de viajes, entre los que tenemos, **google maps:** geolocalización, **traslate App:** traductor oral de idiomas, **World lens:** traductor de símbolos, **tripadvisor:** blogger de sugerencias de atractivos turísticos y categoría de hoteles y otros servicios del sector construido y creado para los turistas, **skype:** permite comunicación gratis desde cualquier parte del mundo, **Around me:** informa al turista mediante geolocalización, ciertos lugares de interés, como hoteles y restaurantes, entre otros.

Podemos concluir entonces que para el desarrollo de las cibercompetencias en los estudiantes de programas del sector turístico no es necesario involucrar directamente las instituciones educativas en cuestiones de inversiones cuantiosas, pues lo expuesto

anteriormente permite la utilización de los sistemas de computo con los que cuenta las instituciones sin necesidad de incurrir en nuevas adquisiciones o actualizaciones, pues las herramientas tecnológicas propuestas, por su gran versatilidad y teniendo en cuenta que estan creadas para los todo tipo de consumidores se puede ingresar desde cualquier ordenador, lo importante es tener acceso a internet y disposición del docente primero por aprender más sobre su uso y segundo para darle aplicabilidad en su cátedra.

La implementación de las herramientas tecnológicas de la información y la comunicación para el fortalecimiento de las cibercompetencias en las instituciones educativas no tienen costos discrecionales, las TIC estan ahí, en el ciberespacio, es cuestión de encontrarlas, saber utilizarlas en el momento y tiempo adecuado, claro está, articuladas con el plan analítico de la Universidad, el programa y el espacio académico, los recursos informáticos estan en la universidad, lo más importante es la voluntad de los docentes para utilizarlas, por otro lado, también se debe tener en cuenta los aplicativos móviles en los celulares de alta gama que en la actualidad tienen la mayoría de los estudiantes, una ventaja competitiva que permitirá una interacción individual y muy personal con los estudiantes, como valor agregado.

El acceso a la tecnología desde el aula de clase genera en el estudiante cierta curiosidad de cómo puede utilizar sus aplicativos móviles en su vida profesional, lo que va a permitir una participación activa y permanente durante el desarrollo de la cátedra pudiendo interactuar con sus mismos compañeros.

La búsqueda y aplicabilidad de las cibercompetencias no es únicamente para esta disciplina turística, se pueden aplicar en cualquier disciplina lo que la valida como propuesta a un proceso formativo para el trabajo y la vida, simplemente es encontrar la forma de articular la tecnología-la docencia-el alumno-y la vida profesional.

La creación de cibercompetencias en los estudiantes estan inmersas en la utilización de la TIC como herramientas pedagógicas, es deber de los docentes identificarlas y profundizar más sobre estas, pues el mercado laboral del turismo, está exigiendo cada día más profesionales competitivos, idóneos versátiles, que tenga la capacidad de asimilar los

cambios tecnológicos y en la implementación de esas tecnologías para el uso en las organizaciones, seguramente aquellos egresados que durante su proceso de formación fortalecieron las cibercompetencias tendrán mayores oportunidades en el mercado que los que no recibieron esta formación.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Benedikt, M. L. (2008). Cityspace, Cyberspace, and the Spatiology of Information. *Journal of Virtual Worlds Research*, 1(1), 22.
- Acerenza, M. A. (2000). Conceptualización, origen y evolución del turismo. *Libro* (Trillas).
- Adell Segura, J. (1997). Tendencias en educación en la sociedad de las tecnologías de la información. *Edutec: Revista electrónica de tecnología educativa* (7), 1.
- Anato, A. N. d. A. d. V. y. T. (2011). Estadísticas.
- Berrocoso, V. (2002). Herramientas para la comunicación sincrónica y asincrónica. *Educación en red. Málaga: Aljibe*.
- Boix García, E. (2010). Las competencias en TIC del profesorado de los estudios de turismo. Estudio de caso. *DIM: Didáctica, Innovación y Multimedia* (19), 1-12.
- Carnoy, M. (2004). Las TIC en la enseñanza: posibilidades y retos. *Lección inaugural del curso académico 2004-2005 de la UOC*.
- Chamorro, R. (2008). Una revolución en el turismo gracias a las TIC. *Bit* (170), 30-33.
- David, A., & Marfull, A. S. (1966). *La cibernética y lo humano*. Paris: Labor.
- De la Serna, M. C., & Rojas, A. G. (2003). *Enseñanza virtual para la innovación universitaria*: Narcea Ediciones.
- De la Torre Padilla, O. (1980). *El turismo: fenómeno social*: Fondo de cultura económica.
- DPN, D. N. d. P. (2010). Plan Nacional de Desarrollo.
- Duart, J., & Lupiáñez, F. (2005). Monográfico LAS TIC EN LA UNIVERSIDAD: estrategia y transformación. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC)*. [Artículo en línea]. *UOC*, 2(1).
- Fandos Garrido, M., Jiménez González, J. M., & González Soto, A. P. (2002). Estrategias Didácticas en el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación. *Acción pedagógica*, 11(1), 28-39.
- Hinojo Lucena, F. J., Martín, F., Francisco, D., & Aznar Díaz, I. (2002). Las actitudes de los docentes hacia la formación en tecnologías de la información y comunicación (TIC) aplicadas a la educación. *Contextos educativos: Revista de educación* (5), 253-270.
- Lévy, P. (2007). *Cibercultura: informe al consejo de Europa* (Vol. 16): Anthropos Editorial.

- Marqués Graells, P. (2001). Algunas notas sobre el impacto de las TIC en la universidad. *Educación* (28), 83-98.
- Martínez, F., & Prendes, M. P. (2004). Nuevas tecnologías y educación. *Madrid: Editorial Pearson Education*.
- Mason, R. (1998). Models of online courses. *ALN magazine*, 2(2), 1-10.
- Onrubia, J. (2005). *La potencialidad de las tecnologías de la información y de la comunicación para transformar los procesos de enseñanza y aprendizaje en las aulas universitarias*: Instituto de Ciencias de la Educación, Universidad de Zaragoza.
- Pastor, C. A., & Santaolalla, R. C. (2005). Viabilidad de las propuestas metodológicas para la aplicación del crédito Europeo por parte del profesorado de las universidades españolas, vinculadas a la utilización de las TIC en la docencia y la investigación. *Revista de Educación*, 337, 71-97.
- Pérez, E. M. C., Cornejo, N. E. C. S., & Llamas, I. O. (2011). El Turismo Electrónico, Una Necesidad Para Las Empresas Del Sector. *Turismo y Desarrollo Local* (9).
- República de Colombia, C. N. (2012). Ley 1558 de 2012. Art. 24.
- Salinas, J. (2004). Innovación docente y uso de las TIC en la enseñanza universitaria. *RU&SC. Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento* (1), 1-16.
- Sancho, A., & Buhalis, D. (1998). *Introducción al turismo*: Organización Mundial del Turismo Madrid.
- Santos, J. I., Galán, J. M., Izquierdo, L. R., & del Olmo, R. (2010). Aplicaciones de las TIC en el nuevo modelo de enseñanza del EEES. *Dirección y Organización* (39), 5-11.
- Sigalés, C. (2004). Formación universitaria y TIC: nuevos usos y nuevos roles. *RU&SC. Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento* (1), 1-6.
- Tobón, S. (2006a). Aspectos básicos de la formación basada en competencias. *Documento de trabajo*, 2006, 1-8.
- Tobón, S. (2006b). *Competencias, calidad y educación superior*. Bogotá, D.C: Coop. Editorial Magisterio.
- Valdés, L. D. V., Eduardo. (2009). Retos Para el Turismo Español, Cambio de Paradigma. *XIV Congresos Aecit*.
- Valverde Berrocoso, J., & Garrido Arroyo, M. C. (1999). El impacto de las Tecnologías de la información y la comunicación en los roles docentes universitarios. *Revista electrónica interuniversitaria de formación del profesorado*, 2(1), 50.
- Vidal (2006). Investigación de las TIC en la educación. *RELATEC: Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa*, 5(2), 539-552.
- Villardón Gallego, M. L. (2006). Evaluación del aprendizaje para promover el desarrollo de competencias. *Educación siglo XXI*, 24(0).
- Villiers, P. (2008). Turismo, con "T" de Tecnología. *Bit* (170), 34-37.